

Factsheet 'Branding en leefstijlen in de wijk'

VerDuS-programma

Titel onderzoek

Kernwoorden

Projectleiders, universiteit

Partners

Looptijd

Kennis voor Krachtige Steden

'Branding' en leefstijlen in de wijk

Leefstijlen, branding, gelijkgestemden, woonbeleving, woningtoewijzing

Dr. A. L. Ouwehand, Onderzoeksinstituut OTB/TU Delft
Gemeente Den Haag, Leeuwarden, Maastricht, Rotterdam,
Platform Corpovenista, Vestia en ERA Contour

2009 -2012

Aanleiding

Bewoners met dezelfde leefstijl ervaren onderling minder problemen en wonen dus prettiger. Corporaties spelen daarop in, bijvoorbeeld bij de toewijzing van woningen. Zij gebruiken daarbij begrippen als 'branding', leefstijlen en woonmilieus. Wat gebeurt er al in de praktijk en wat zijn de effecten?

Toelichting

Het project bestaat uit drie onderdelen. In het eerste deeltraject staat de verschillende leefstijlmethoden in Nederland centraal, en hoe die leefstijlen gebruikt worden bij het onderzoek naar woonvoorkeuren. Het tweede deel richt zich op de toepassing van branding en leefstijlen bij gebiedsontwikkeling. Het derde deel richt zich op de toepassing van het leefstijlconcept in de woonruimteverdeling en het beheer van sociale huurwoningen. De drie delen zijn gelijktijdig gestart om te kunnen aanhaken bij lokale ontwikkelingen.

Uitkomsten

Meer woonwaardering blijkt vooral het resultaat van verbetering van de woning en het wooncomplex, en van intensivering van het sociale beheer. Woningtoewijzing op basis van leefstijl levert een bescheiden bijdrage aan een hogere waardering door bewoners. Bewoners met verschillende leefstijlen hebben verschillende voorkeuren en verwachtingen ten aanzien van de woonomgeving en het samenleven in de buurt. Hiermee kan in beleid rekening worden gehouden. Leefstijlen lijken in de praktijk te kunnen veranderen in de tijd.

Publicaties (selectie) en links

- [Rapport 1 Voorkeur voor een leefstijl](#)
- [Rapport 2 Stijl van leven, stijl van bouwen](#)
- [Rapport 3 Soort bij soort](#)

